

บรรณานุกรม

- กรพจน์ อัครวินวิจิตร. 2549. “ออมสินยุคใหม่” สยามธุรกิจ (8 มีนาคม). [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา : <http://www.siamturakij.com/book> (11 พฤศจิกายน 2549).
- กรพจน์ อัครวินวิจิตร. 2549. “คอลัมน์พิเศษ...จากใจ อชต.” จุลสารอมสิน. (ปีถัดหลัง
พฤศจิกายน). กรุงเทพฯ: งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด สำนักสื่อสารองค์กร
ซูศรี วงศ์รัตน์. 2546. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 9, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ณฤทธิ์ เลิศสิ่วเวท. 2547. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงิน
ฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.
การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ที่ว่ากรอำเภอดอยเต่า. 2547. บรรยายสรุปข้อมูลอำเภอดอยเต่า. เชียงใหม่:ที่ว่ากรอำเภอดอยเต่า.
- เรวดี หวังแสงทอง. 2546. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์:
กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี (นครปฐม)
จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รินทิพย์ จันทร์ธาดา. 2545. ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาลำพูนที่มีต่อเงินฝาก
ประเภทสбереกั๋วชีวิตและครอบครัว. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารออมสิน. 2548. รายงานประจำปี 2547.
- ธนาคารออมสิน. 2549. ธนาคารออมสินสาขาดอยเต่า (ธนาคารชุมชน). รายงานยอดเงินคงเหลือ.
พิมพ์ชนก ศันสนีย์. 2540. ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคใน
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา
อุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2547. “งานบริการกับคุณภาพผู้บริหาร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews>. (11 พฤศจิกายน 2549).

ยุทธนา ศิริธร. 2548. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย เซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์. 2546. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้า : กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. “การบริหารการตลาดยุคใหม่” กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai lamp (Lampad) with a flame. The emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom and Thai script at the top. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved